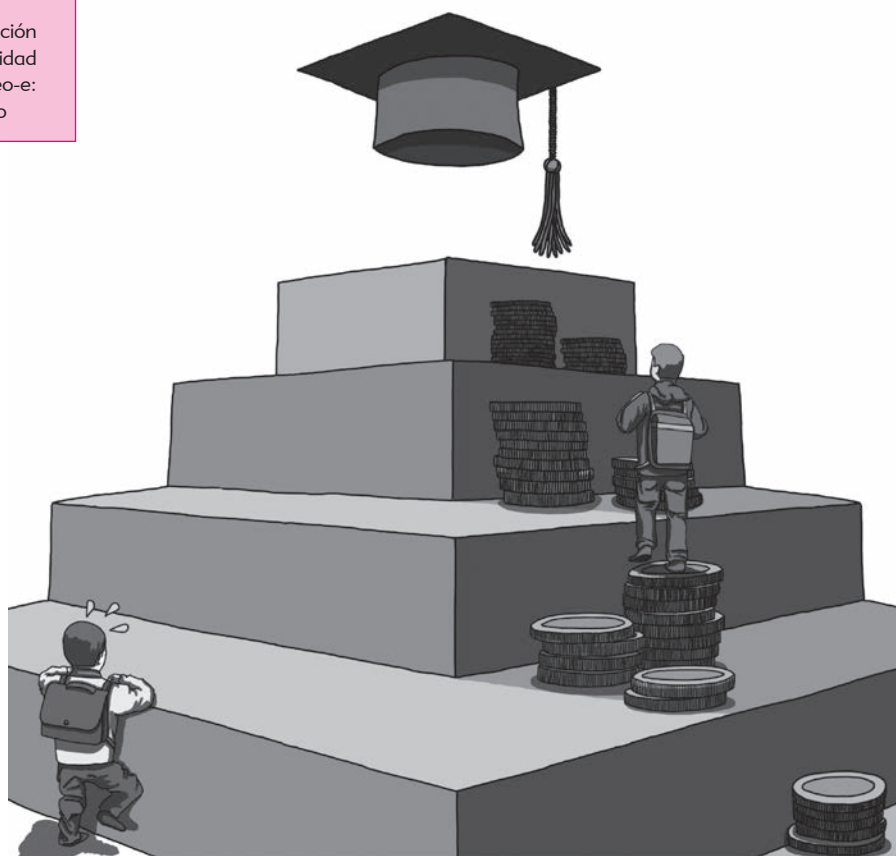


La era digital como coyuntura contemporánea. YouTube y la construcción de sentido

JULIO CÉSAR AMAYA D.

Profesor Facultad de Comunicación
Social y Periodismo, Universidad
Externado de Colombia, Correo-e:
julio.amaya@uexternado.edu.co



RESUMEN

La masificación de la internet y de las denominadas tecnologías inteligentes genera cambios profundos en las estructuras sociales y con ello en la transformación de la vida cotidiana en el mundo contemporáneo. Tal cantidad de cambios puede ser interpretada como una coyuntura que da lugar a movimientos, inclusiones y exclusiones de actores humanos y no humanos en la configuración de la realidad, y en consecuencia, a un campo de lucha por la re-significación.

El fenómeno sobre el cual se desarrolla el artículo, es el de los tutoriales de YouTube y su relación con los usuarios que asumen una posición mucho más participativa y creativa con relación a los mismos, generando una dinámica de co-construcción socio-técnica de las diferentes experticias que por allí circulan.

A lo largo del documento se busca exponer algunos de los elementos claves para abordar la cibercultura desde una perspectiva crítica y transdisciplinar bajo un enfoque desde los estudios culturales y los estudios de ciencia y tecnología.

Palabras clave: Era Digital, Coyuntura Contemporánea, Estudios Culturales, Cibercultura, Prosumidor

ABSTRACT

The massification of the Internet and the so-called smart technologies generate profound changes in social structures and with this, transformation of everyday life in the contemporary world. Such a quantity of changes can be interpreted as a conjuncture that gives rise to movements, inclusions and exclusions of human and non-human actors in the configuration of reality, and consequently, to a field of struggle for re-signification.

The phenomenon on which the article is developed is about YouTube tutorials and their relationship with users who assume a much more participative and creative position in relation to them, generating a dynamic of socio-technical co-construction of the different expertise that circulates there.

Throughout the document, the aim is to expose some of the key elements to approach cyberculture from a critical and transdisciplinary perspective, focusing on cultural studies and science and technology studies.

Keywords: Digital Era, Contemporary Conjuncture, Cultural Studies, Cyberculture, Prosumer

• Cómo deshacer el sentido común?, ¿cuáles son las coyunturas del mundo contemporáneo?, ¿cuáles son sus anclajes y sobre qué narrativas opera? Estas preguntas podrían ser genéricas dentro del pensamiento crítico en las diferentes ciencias sociales, pero que cobran un sentido fundamental en el quehacer del campo de los estudios culturales. Este es el inicio, o mejor, mi iniciación en el abordaje de las perspectivas teóricas y prácticas enmarcadas en lo que Stuart Hall (1991) retomando las ideas de Antonio Gramsci (1971) denominaría el *intelectual orgánico*.

No es tarea fácil analizar los hechos sociales o los fenómenos culturales evitando a toda costa los determinismos teóricos a los que estamos acostumbrados los que somos herederos de los paradigmas científicos; es un reto tener que explorar otras miradas que se superponen a la hegemonía misma de las epistemologías tradicionales para poder dar un conocimiento concreto y contextual de los problemas contemporáneos.

Debo aclarar que este texto tiene un carácter ensayístico, pues pretendo ir explorando los diferentes debates que hemos tenido la oportunidad de tener en el seminario sobre Teorías de la Cultura para así poder ir definiendo mi objeto de estudio e ir haciendo las apuestas analíticas e interpretativas que se vayan demandando.

En el siglo XIX, Carlos Marx empezó su obra *El Capital* desde la mercancía, pues esta era una condición material innegablemente característica de la sociedad de su tiempo; además, la mercancía no solamente era (es) el objeto más común, sino que en términos teóricos, allí se pueden encontrar las contradicciones sistémicas y dialécticas del capitalismo. Ahora, si realizáramos un ejercicio parecido en la actualidad, sin duda, una de las características del mundo contemporáneo es la masificación y la dependencia de computadores de escritorio, portátiles, teléfonos móviles y la hibridación de otras tecnologías como la televisión, los automóviles, los edificios que con la inclusión de procesadores de información se transforman en tecnologías “inteligentes”. Todos estos

artefactos se ensamblan en nuestras vidas cotidianas a través de internet, que le da el “alma” a los objetos, anima los actores no-humanos y les da injerencia en la esencia humana. En otras palabras, si las relaciones sociales (producción) estaban materializadas en la mercancía, y sin esta era impensable la sociedad de su tiempo, hoy las relaciones sociales (comunicación) se materializan por el uso o no uso (analfabetas digitales, brecha digital) de las tecnologías de la información y la comunicación a través de internet.

La apuesta de este texto, en consecuencia, será tomar uno de los miles de aspectos problemáticos de lo que se ha denominado cibercultura (Levy, 2008) pero que considero que está cambiando la episteme en muchos sentidos, y exponerlo de manera crítica, ubicando su impacto en la construcción de sentido, enmarcando las coyunturas que son causa y consecuencia de este fenómeno y ubicando algunas de sus narrativas y discursos que pueden o no enmarcarse en la ideología (Žizek, 2003), que para el caso entenderemos al capitalismo neoliberal como ese discurso hegemónico.

YouTube es una de las plataformas que permite, a sujetos expertos y no expertos, generar contenidos de forma similar a una industria cultural, con la capacidad de llegar a millones de personas y establecer o reproducir discursos de diferente índole. Es dicente que una de las categorías más buscadas en YouTube y que ha tenido un impacto considerable en la cultura ha sido la de los tutoriales. Según la Real Academia de la Lengua Española, la palabra tutor se define como “persona que ejerce la tutela; profesor privado que se encarga de la educación general de los hijos de una familia; caña o estaca que se clava al pie de una planta para mantenerla derecha en su crecimiento”¹. La palabra tutorial no se encuentra definida en el diccionario mencionado; es decir, oficialmente no existe en el idioma español.

1. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=tutor> (recuperado el 21 de abril de 2017)

Sin embargo, es claro que parte del panorama actual que adorna y acompaña la vida cotidiana del ciudadano promedio moderno está compuesto por una gran cantidad de tutores que se escapan de la definición de diccionario además del contacto con imágenes y palabras, que sin duda, son reconocidos como tutoriales.

Desde el punto de vista de los productores de tutoriales en YouTube, este canal de comunicación facilita la creatividad (North, 2005) (Moreau y Dahl, 2005) en lo que se busca enseñar y en la forma como se hace, en la mayoría de los casos no hay intermediarios o algún tipo de orden jerárquico que limite o coaccione el proceso creativo; se podría afirmar que la libertad con la que administran sus contenidos, sus horarios y la manera como lo hacen circular se debe a su independencia frente a ciertas instituciones. Habría que hacer la salvedad de que si bien podrían cambiar su estilo en cualquier momento o el tipo de contenido, los youtubers de alguna forma son muy conscientes de que poseen una audiencia y cualquier cambio puede hacer que sus videos dejen de ser vistos.

Para quien usa la internet, pareciera que siempre hay otra forma de hacer las cosas, pues la flexibilidad interpretativa del usuario es tan variable como los productores de los contenidos; en los videos tutoriales se pueden observar y reproducir diferentes formas de entender el *cómo hacer*, experimentando nuevas rutas, procesos, herramientas o estilos, lo que facilita generar conocimientos

Desde el punto de vista de los productores de tutoriales en YouTube, este canal de comunicación facilita la creatividad en lo que se busca enseñar y en la forma como se hace, en la mayoría de los casos no hay intermediarios o algún tipo de orden jerárquico que limite o coaccione el proceso creativo; se podría afirmar que la libertad con la que administran sus contenidos, sus horarios y la manera como lo hacen circular se debe a su independencia frente a ciertas instituciones

alternativos al statu quo². Bijker incluye un momento en el que la flexibilidad interpretativa se limita por un consenso social sobre el uso y su significado, a esto lo denomina: *cierre*, “tal estabilización general no debe suponer que internet se vaya solidificando al perder progresivamente su flexibilidad interpretativa. En cierto modo, la red está siempre abierta a interpretación. En ese sentido, hemos destacado que utilizar internet de modo significativo pasa por adquirir una serie de competencias culturales dentro de las cuales esta instancia adquiere sentido. Ese mismo proceso de adquisición de competencias abre posibilidades de desarrollar diversas comprensiones según cada localidad”³ (Hine, 2004, p. 187).

Las motivaciones para explorar otras formas de entender el mundo que pareciera ser característico de YouTube, se centran en el reconocimiento masivo por hacer algo de forma diferente. Esto puede ser usar lenguaje mucho más coloquial, más cercano, como si fuera un amigo al que se le está explicando algo, claramente se utiliza un tono de comunicación diferente al que se usaría en una clase en alguna institución educativa. La flexibilidad del formato permite utilizar atajos u otras herramientas de manera creativa (por fuera del canon) que posibilitan conseguir una solución a un problema de manera más pragmática, sin un proceso reflexivo demasiado profundo. La interacción por medio de los comentarios en los videos muchas veces consiste en preguntas por algún proceso que no se muestra o la razón de que se haga de esa forma y no de otra, lo que hace que los youtubers, en algunos casos, deban construir una explicación plausible para su público. Es posible que la explicación o el procedimiento mismo no tenga el sustento experimental propio de la ciencia o la tecnología, incluso que sea ilegal e ilegítimo, o contra hegemónico. Es en ese sentido que los estudios culturales pueden ofrecer, a partir de la

2 Entendido como los conocimientos canónicos y legitimados en mayor medida por instituciones de educación superior, universidades, centros de investigación y los científicos o intelectuales que la componen. También podría pensarse en las revistas indexadas y los eventos académicos que divulgan y legitiman cierto tipo de conocimiento que en su conjunto dan algo de forma a la abstracción del status quo.

3. Recuperado de <https://books.google.com.co/books?id=CZkG-7IYWbgC&pg=PA185&lpg=PA185&dq=flexibilidad+interpretativa+bijker&source=bl&ots=ie9rjXD6P3&sig=gSHl4TW6XmwdOpRBe5gYecDIJw8&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiN0PzGpoXMAhXlrD4KHfmjAPEQ6AEIGjAA#v=onepage&q=flexibilidad%20interpretativa%20bijker&f=false> 21 de abril de 2017

simetría⁴, una perspectiva interesante de cómo se produce un tipo de conocimiento marginal, no en el sentido de la cantidad de personas que lo utilizan, pues como se sabe internet hoy día llega a cientos de millones de personas, sino más bien marginal por la misma subordinación del conocimiento “ligero” frente al conocimiento oficial-científico.

Habría que preguntarse si la sociedad del espectáculo se reformula con los prosumidores-youtubers y estas economías colaborativas, donde el intercambio en principio es simbólico y la ganancia se representa en el reconocimiento social del sujeto que ostenta la experticia. Este fenómeno podría marcar la *farandulización* del conocimiento científico, tecnológico y lego. Un modelo digital, audiovisual, multimedial, concreto, informal, flexible que compite por la atención de los estudiantes o aprendices aburridos o por lo menos cada vez menos creyentes de los modelos tradicionales presenciales, de pizarra y tiza, de horarios y contenidos impuestos. Los casos estudiados reflejan que la experticia circula de forma diferente, o al menos hay opciones alternativas a la formación escolar tradicional, en la que el experto puede o no ser profesional, puede ser una persona mucho más joven quien enseña en comparación con quien aprende, diferencia de edad que como criterio de legitimación puede ser matizado por la cantidad de *likes* o que el número de visualizaciones genere la confianza sobre el desconocido a través de las pantallas; a lo mucho el riesgo es perder un par de minutos hasta darse cuenta de que el experto solo simula serlo y tener que volver a empezar una nueva búsqueda por el conocimiento ligero de los tutoriales. Es una forma económica en esfuerzos para aprender y desarrollar experticias, es el consumo de conocimientos fracturados y recontextualizados, según la necesidad de cada quien.

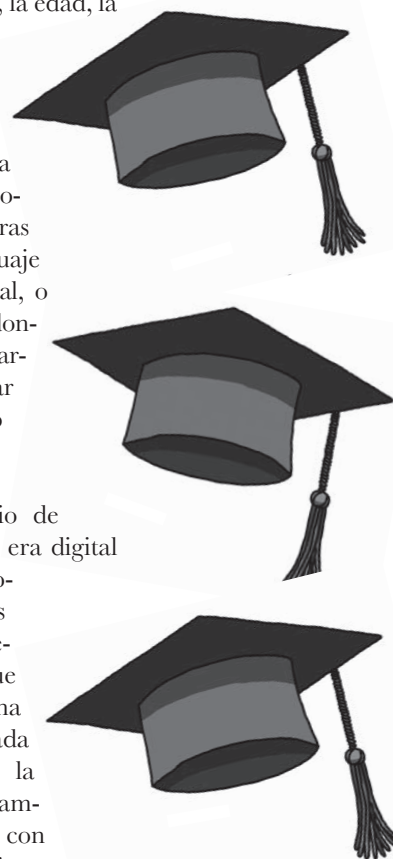
Por otro lado, la agencia de YouTube determina la configuración de los tutoriales haciendo que tengan posibilidades y lógicas particulares. Como actores movilizan a productores y consumidores en torno a sus propias reglas, la plataforma permitía en principio un límite máximo de minutos por videos, lo que se veía replicado en que los tutoriales fueran cortos y por tanto su contenido mucho más concreto, o que se subdividiera en varias etapas, cada una en un video diferente, lo cual obligaba al usuario a “navegar” en la red

buscando las formas de conexión entre contenidos, lo que entre otras razones generó la lectura y el aprendizaje hipervinculado.

Hasta este punto, espero que se entienda que necesariamente este proyecto se debe plantear bajo un enfoque transdisciplinar en cuanto intenta entender un fenómeno contemporáneo que se introduce como práctica: *económica*, en tanto se produce valor y este circula por unas prácticas de intercambio físico y simbólico específicos; *social*, pues la creación de los tutoriales, su divulgación y apropiación implican relaciones entre roles específicos en varios casos regulados por diversas instituciones; *cultural*, a causa de la construcción de significados enmarcados en relaciones de poder decantado en la reproducción de prácticas concretas; *tecnológica*, pues es el contexto en el que se desenvuelven las relaciones entre productores de tutoriales y los consumidores de los mismos, además de comprender que la tecnología no es solo un medio, sino que implica una configuración muy particular de acciones, y *política*, porque la reproducción de conocimiento y sentido implica la reproducción del *establishment*, o por lo menos un conjunto de (meta) discursos hegemónicos vinculados con el género, la edad, la clase social o la raza.

Para ilustrarlo de alguna forma, se podría partir de la hipótesis de que los contenidos y la forma como se configuran los tutoriales llevan implícita y explícitamente una estructura de conocimientos tácitos que vinculan posturas de género, como por ejemplo el lenguaje utilizado en la presentación del tutorial, o también de clase social o de la región donde vive, pues se referencian una serie particular de objetos necesarios para llevar a cabo la experticia. Es en ese sentido que considero pertinentes los estudios culturales como forma de abordaje.

Pienso también que el cambio de escenario que se está formando en la era digital supone una polifonía de nuevas voces que pueden o no vincularse a los discursos hegemónicos que caracterizan nuestra época. Pareciera ser que estamos viviendo la coyuntura de una época “análoga” a una caracterizada por la cibercultura. Por tal motivo, la apuesta de este texto es ubicar los cambios que está generando YouTube con relación a la circulación de conocimiento y sentido, para así exponer las posibilidades de sus usos desde una perspectiva crítica, pues se ha estudiado el tema de los tutoriales como formas de



4. La perspectiva simétrica implica abarcar los casos legítimos e ilegítimos en la construcción de conocimiento, así pues entender el éxito dentro de una controversia científica, implica de algún modo, entender los factores sociales que llevaron al fracaso de su contraparte.

circulación de conocimientos específicos, pero no como discurso que contiene una forma de pensar, sentir y actuar sobredefinida.

Por otra parte, los estudios culturales ofrecen una perspectiva que permite articular los diferentes elementos mencionados situándose en múltiples disciplinas, lo que implica, para mi caso particular, situarme desde el campo de los Estudios de Ciencia y Tecnología pero desde una postura flexible y, sobre todo, siempre con la posibilidad de movimiento en la lectura desde lo que el contexto de mi problema de investigación exija.

Es pertinente continuar con la idea de que las tecnologías digitales y la internet generan mundos virtuales que transforman nuestras formas de pensar sentir y actuar hacia una cibercultura. Esto querría decir que estamos en una coyuntura en la que se puede generar una gran movilidad social, sería un momento propicio para revisar los valores característicos de la modernidad o el capitalismo.

Al pensar en el concepto de coyuntura (Hall, 2004, citado en Grossberg, 2009), resalta que es un momento histórico, un conjunto de eventos multidimensionales y multiescenario que permite percibir y cuestionar más fácilmente las relaciones entre cultura y poder (Willis, 1988). Las coyunturas son tierra fértil para hacerse preguntas sobre el presente, por el orden de las cosas, generando incluso nuevas epistemes. Como señala Hall (1992), “los movimientos dan lugar a mo-

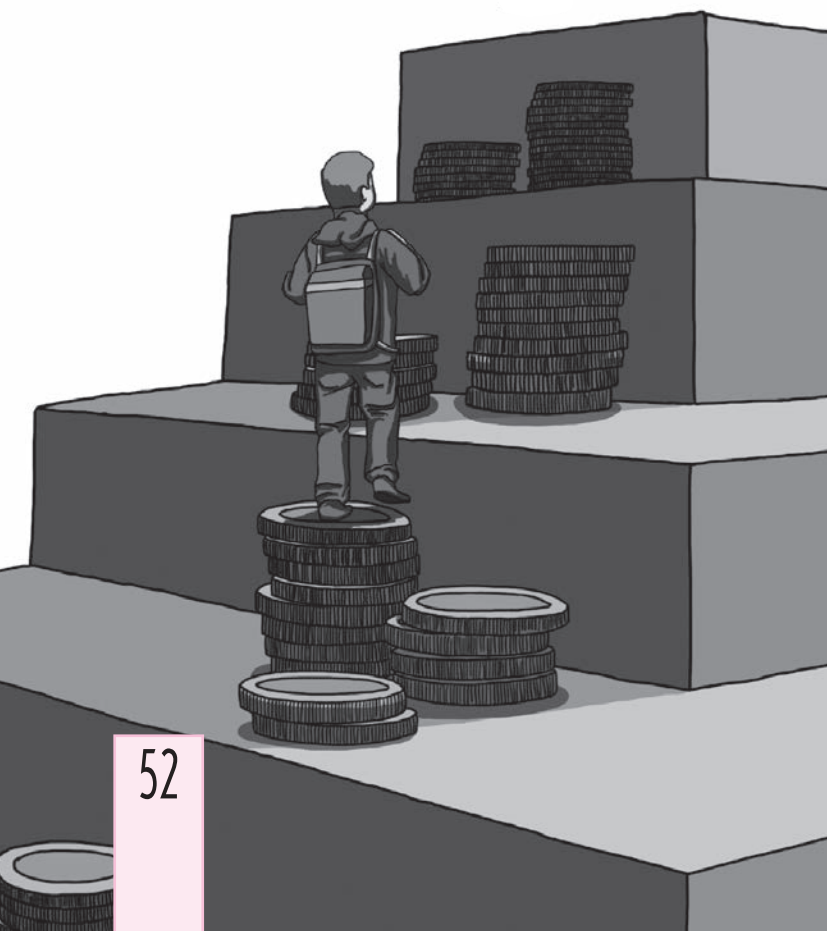
mentos teóricos. Y las coyunturas históricas exigen teorías”. En consecuencia, el fenómeno de las redes sociales y su uso para difundir información vinculada con el desarrollo de experticias debe ser entendido y abordado como una coyuntura. A continuación se desarrollará la idea de cómo esa coyuntura reconfigura el rol de prosumidor en nuestra época.

RECONFIGURANDO LOS ROLES DE PRODUCTORES Y CONSUMIDORES, EL SURGIMIENTO DEL PROSUMIDOR

Sin duda, las prácticas de consumo están vinculadas a los productores y a los objetos que producen. Steve Woolgar (1991) desarrolla la idea de que las tecnologías deben ser entendidas como textos; en consecuencia, estos pueden y deben ser interpretados. Woolgar afirma que los productores, como escritores del uso y el sentido que se les da a las tecnologías, pretenden tener el control en la relación del lector y el texto. Esto implica limitar la usabilidad de los objetos frente a sus usuarios, que se encuentra intrínsecamente en la fisionomía y anatomía de la tecnología –por ejemplo si se puede desarmar o viene sellado– o por paratextos que limitan o posibilitan sus usos, como por ejemplo los contratos de aceptación de software o licencias para usos particulares –empresarial, académico o de prueba–, que después de aceptar solamente pueden usarse con este objetivo. “Ellos dicen a sus usuarios qué pueden ver y no tocar” (Woolgar, 1991, p. 67) bajo la amenaza de perder, entre otras cosas, la garantía del producto por la cual se ha pagado.

Sin embargo, a pesar del control que los productores intentan tener sobre los productos y por extensión sobre los consumidores, hay usuarios que utilizan diferentes estrategias para alterar los objetos estandarizados a sus necesidades particulares. Henry Jenkins⁵, en textos como *Rethinking Media Change* (1998) y *Confronting the Challenges of Participatory Culture* (2006), asegura que hay un control fallido por parte de las corporaciones sobre los consumidores. La piratería o el *crack* de software son muestra de cómo corporaciones como Microsoft no han podido ser eficientes en la defensa de sus productos frente a las experticias de los consumidores, que alteran

5. Henry Jenkins ha sido profesor en diferentes universidades de los Estados Unidos y es reconocido como una de las autoridades académicas en el campo de los estudios de la comunicación; particularmente interesa para esta tesis el concepto que desarrolla bajo el nombre de cibercultura.





La deslocalización del proceso creativo de producción implica riesgos frente a las hegemonías económicas, políticas y socioculturales, pero esto no indica que *per se* sean problemáticas para los consumidores o los productores, ya que la diversidad de actores y experticias conjugadas generan escenarios imprevistos que se pueden convertir en la base de la innovación y el éxito



sus diseños junto a las restricciones que les han sido incorporadas.

Por otro lado, la deslocalización del proceso creativo de producción implica riesgos frente a las hegemonías económicas, políticas y socioculturales, pero esto no indica que *per se* sean problemáticas para los consumidores o los productores, ya que la diversidad de actores y experticias conjugadas generan escenarios imprevistos que se pueden convertir en la base de la innovación y el éxito. No obstante, esta pérdida del control por parte de los productores es sentida como una amenaza sobre sus modelos de producción sólida, heredada de la industrialización y defendida por el marketing, en donde lo imprevisto es percibido casi siempre como una amenaza.

Este escenario propone claramente una visión en la que los usuarios y las tecnologías entran en un proceso de configuración externo al control de los productores. Tanto los consumidores como las tecnologías tienen agencia propia y hasta cierto punto gozan de cierta autonomía. Sumado a esto, Valderrama (2004) argumenta que hay una tendencia a que “los actores se resistan [...] a hacer lo que propone el que quiere ser el actor principal” (p. 225), como si la subjetividad y la independencia de los consumidores fuera reprimida por la agencia de los productores.

Los cambios tecnológicos son fundamentales en como impactan en la comunicación y el desenvolvimiento de la cultura, en la circulación de conocimientos cotidianos y expertos, en como se apropian o no de ellos y, por supuesto, en a quién le implica una frontera y con ella la exclusión. Las prácticas de consumo son alteradas en la medida que se generan los cambios tecnológicos. Una nueva tecnología puede movilizar toda una red de actores y de prácticas como en el caso de las cámaras digitales de fotografía, que transforman los laboratorios de revelado fotográfico, la forma en que se toman las fotografías y como las percibimos. La misma fotografía se moviliza de la cámara al *smartphone* y se re-convierte en fenómenos culturales como el *selfie* o el paso del álbum de fotografías físico y

privado al álbum publicado de manera digital en alguna red social.

En conclusión, uno de los principales cambios se funda en el mismo rol –funciones y normas– del consumidor, que por el acceso a estas tecnologías comienza a desarrollar experticias tradicionalmente delegadas a los productores. El resultado del aumento de las experticias en el consumidor es un usuario que busca la información, que genera contenidos, que explora por sí mismo diferentes formas de hacer las cosas, incluso en algunos casos innova en los procesos y reconfigura las tecnologías. Esto es un prosumidor.

El prosumidor es un usuario que reinterpreta o reconfigura las tecnologías con experticias, en algunos casos, diferentes a la de los productores. En consecuencia, los prosumidores se caracterizan por tener conexiones a redes tecnológicas diferentes a las redes de los productores, lo que implica un cambio en las prácticas de consumo que refleja a su vez un cambio en las experticias del consumidor.

Si bien el concepto de prosumidor viene de la década de los ochenta, es gracias a internet y la web 2.0 que se vuelve una tendencia realmente importante para la sociedad de consumo. Particularmente YouTube se convierte rápidamente –menos de diez años– en una plataforma que da forma al entorno digital de las personas. “YouTube cuenta con más de mil millones de usuarios –casi un tercio de las personas conectadas a internet–, que miran cientos de millones de horas de videos en YouTube y generan miles de millones de vistas todos los días”⁶.

Es YouTube un actor importante en la forma como el consumidor extiende sus experticias haciéndose prosumidor. Su agencia radica en la configuración de las relaciones entre los generadores del contenido; es decir, youtubers y los usuarios de estos videos, o sea los prosumidores. La plataforma también define los algoritmos que

6. Recuperado de <https://www.youtube.com/yt/press/es-419/statistics.html> 10 de mayo de 2017

clasifican la información y la hace popular o no dentro de los buscadores.

Las experticias de los consumidores en el contexto de los tutoriales de YouTube ilustran una democratización de las experticias (Collins y Evans, 2002), en cuanto el *saber hacer* y el *saber pensar* se desvinculan en ocasiones a las instituciones; es decir, a saberes tradicionalmente ejecutados por expertos certificados. Esto permite que los conocimientos se conecten con marcos tecnológicos, necesidades y, por tanto, contextos altamente variables. En consecuencia, se generan múltiples debates éticos y políticos, pues “la propia participación ciudadana tiene múltiples aristas que tampoco han sido bien analizadas; como la necesidad de una cultura científico-tecnológica ciudadana, el papel del ciudadano frente a los expertos, el papel de los expertos frente a la sociedad, las responsabilidades del Estado frente a los ciudadanos... en fin, la ciencia y la tecnología en el seno de las democracias contemporáneas” (Jasanoff, 2003, p. 396).

Esto no quiere decir que los tutoriales no puedan ser utilizados como una herramienta pedagógica reproductora del orden institucionalizado, lo que ratificaría a los tutoriales más como un medio que como una estructura narrativa contraria a algún tipo de orden. Por ejemplo, “estudios sobre el uso de las tecnologías en el hogar han demostrado los modos en que estas se construyen según el contexto en el que se insertan (Silverstone y Hirsch, 1994). El entorno delimitado del hogar permite que la tecnología penetre en una serie de relaciones sociales, redefiniéndolas. La flexibilidad interpretativa necesaria para comprender la tecnología se debe en parte al hecho de que el hogar cuenta con límites definidos, pues es dentro de sus fronteras que se conformará el contexto doméstico de base para que los usuarios desarrollen nuevas interpretaciones. Por analogía, el desarrollo de espacios sociales delimitados en internet fomenta y facilita la flexibilidad interpretativa de la tecnología, permitiendo que puedan emerger y prosperar diferentes versiones acerca de lo que ella es y para qué se puede utilizar” (Hine, 2004, p. 188). En otras palabras, el inicio del proceso de reproducción de un tutorial es la búsqueda del mismo, por tanto los prosumidores buscarán principalmente reproducir experticias “deseadas” desde el marco de sus ins-

tituciones tradicionales –en este caso el espacio domestico-local–.

Entendidos los tutoriales como herramientas, pueden influir en la re-configuración de usos, artefactos, espacios y prácticas de consumo. Los tutoriales que circulan hoy día por YouTube son una fuente de información que traspasa fronteras a una velocidad y en una cantidad jamás antes vista, por lo que genera y seguirá generando cambios en muchas estructuras sociales, económicas y políticas en muy poco tiempo. Esta tesis cumple con el objetivo de reflejar algunos de esos cambios, particularmente en relación con las experticias de los consumidores de tutoriales y a los productores de los mismos.

BIBLIOGRAFÍA

Gramsci, Antonio (1949-1971). “La Formación de los Intelectuales” en: *Cuadernos de la Cárcel*. [Http://www.marxists.org/archive/gramsci/prison_notebooks/problems/intellectuals.htm](http://www.marxists.org/archive/gramsci/prison_notebooks/problems/intellectuals.htm) (online).

Hall, Stuart (1990). “The Emergence of Cultural Studies and the Crisis of the Humanities”, *October*, vol. 53, pp. 11-23. (pdf) / Hall, Stuart (1990) “El Surgimiento de los Estudios Culturales y la Crisis de las Humanidades”, *October*, vol. 53, (pp. 11-23 pdf). Versión en español en: *Sin garantías. Trayectorias y problemáticas en los Estudios Culturales*. Restrepo, E. Et.al. CES-UN, Instituto Pensar Universidad Javeriana, Universidad de los Andes. Envió Eds. Popayán. 2010. Parte I (pp. 17-28).

Hine, Christine (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona. Editorial UOC.

Jenkins, Henry (2003) *Rethinking Media Change: The Aesthetics of Transition*. Media in transition. Cambridge, Mass.: MIT Press.

Marx, Karl (1867). *El Capital* en: <http://www.marxists.org/archive/marx/works/1867-c1/ch01.htm>

Silverstone, R. y Hirsch, E. (1994). *Consuming Technologies. Media And Information In Domestic Spaces*. London: Routledge.

Valderrama, Andrés (2004). Teoría y crítica de la construcción social de la tecnología. *Revista Colombiana de Sociología*, 23, 217-233.

Woolgar, Steve (1991). “Configuring The User: The Case Of Usability Trials”, En J. Law (Ed.), *Sociology Of Monsters*, Nueva York, Routledge.

Zizek, Slavoj (2003). “El espectro de la ideología”, En: Zizek, S. (Ed.) *Ideología: un mapa de la cuestión*, México: Fondo de Cultura Económica.

